



BREMERHAVEN

Erlebnisstadt & Wissenschaftsstandort am Meer

Ihre Gastgeberstadt für den Germany Travel Mart™ 2027

**Konzept für die Bewerbung der Stadt Bremerhaven
als Austragungsort für den GTM im Jubiläumsjahr 2027**

Unterstützt von der Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO)



Inhaltsverzeichnis

Executive Summary

1. **Gastgeberstadt mit Profil**
 - 1.1 Bremerhaven als Gastgeberstadt
 - 1.2 Wissenschafts- Hafen- und Erlebnisstandort
 - 1.3 Touristische Entwicklung & internationale Positionierung
 - 1.4 Willkommenskultur & Gastgeberkompetenz
 - 1.5 Nachhaltigkeit
2. **Erzählbare Stadt & Programmidee**
 - 2.1 Thematische Ausrichtung
 - 2.2 Storyline als Basis des Veranstaltungsdesigns
 - 2.3 Partnerstruktur & regionale Einbettung
 - 2.4 Programmformate
3. **Logistik & Gastlichkeit**
 - 3.1 Internationale Erreichbarkeit
 - 3.2 Clusterplanung & Shuttlekonzept
 - 3.3 Unterbringung & Hotelmatrix
 - 3.4 Veranstaltungstransfers
4. **Durchführung GTM-Workshop**
 - 4.1 Besucherzentrierte und nachhaltige Umsetzung
 - 4.2 Locations & Eventinfrastruktur
 - 4.3 Nachhaltige und inklusive Veranstaltungsinfrastruktur
 - 4.4 Organisationssystematik & Vor-Ort-Services
 - 4.5 Teilnehmermanagement & Logistikkoordination
 - 4.6 Catering
 - 4.7 Technik-, Bühnen- & Cateringlogistik
5. **Zeitliches Ablaufmanagement**
 - 5.1 Veranstaltungsablauf
 - 5.2 Abendliches Eröffnungsereignis
 - 5.3 Pressehandling, Trade Touren und Medienbetreuung
6. **Kommunales Netzwerk & institutionelle Unterstützung**
 - 6.1 Bremerhaven – Stadt der kurzen Wege und starken Netzwerke
 - 6.2 Unterstützung durch Institutionen und Regionen
7. **Kosten- und Finanzierungsstruktur**
 - 7.1 Veranschlagte Kosten (vorläufig)
 - 7.2 Finanzierung
8. **Rollen, Struktur & Zuständigkeit**
 - 8.1 Verantwortlichkeiten & Koordination
 - 8.2 Aufgabenverteilung mit DZT / PCO
9. **Perspektive & Wirkung über 2027 hinaus**

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Konzept für die Bewerbung der Stadt Bremerhaven als Austragungsort für den GTM im Jubiläumsjahr 2027 das generische Maskulinum verwendet.

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sämtliche Personenbezeichnungen geschlechtsunabhängig zu verstehen sind und alle Geschlechter gleichermaßen einschließen.



Executive Summary

Bremerhaven bewirbt sich als Austragungsort des Germany Travel Mart™ 2027 und präsentiert sich als Wissenschafts- und Erlebnisstadt am Meer mit einem markanten Profil und starken regionalen Partnern. Die Stadt verbindet ihre maritimen Wurzeln mit internationaler Wissenschaftsexzellenz und versteht sich als Zukunftslabor für nachhaltigen Tourismus und internationale Begegnung. Ihre hochwertige touristische Infrastruktur und charakteristische Lage an der deutschen Nordseeküste bieten ideale Voraussetzungen für den bedeutendsten B2B-Event im deutschen Incoming-Tourismus.

Das konzeptionelle Leitmotiv „Meer – Wissen – Mensch“ bildet die Basis für ein dichtes, emotional aufgeladenes Programmdesign mit hoher operativer Umsetzbarkeit. Zugleich steht das Jahr 2027 im Zeichen des 200-jährigen Stadtjubiläums Bremerhavens. Die Feierlichkeiten rund um die Gründung der Stadt verleihen dem GTM einen besonderen symbolischen Rahmen und bieten zahlreiche Anknüpfungspunkte für internationale Gäste, um Stadtidentität, Geschichte und Zukunftsperspektiven auf emotionale Weise zu erleben. Ein potenzielles Highlight ist zudem die Einbindung der geplanten Endauslieferung eines Kreuzfahrtschiffs der Meyer Werft im Jahr 2027, die den Aspekt „Wissen & Zukunft“ auf spektakuläre Weise erlebbar macht.

Das Veranstaltungskonzept ist für bis zu 600 internationale Fachbesucher (darunter ca. 300 Einkäufer, 200 Anbieter, 70-100 Medienvertreter) ausgelegt und umfasst das vollständige GTM-Format. Hauptlocation für den Workshop ist die zentral gelegene Eisarena Bremerhaven mit Kapazitäten für bis zu 568 Speed-Dating-Plätze. Ergänzt wird sie durch das Deutsche Auswandererhaus Bremerhaven, das Conference Center Sail City und das Bremerhaven Cruise Port (BCP). Alle Veranstaltungsorte sind barrierefrei, atmosphärisch, professionell ausgestattet und fußläufig erreichbar. Die Anreise internationaler Gäste erfolgt komfortabel über die Flughäfen Bremen und Hamburg mit clusterbasierter Shuttlelogistik, wodurch diese essenzielle Anforderung souverän erfüllt wird.

Live-Experience-Formate und differenzierte Touren in Bremerhaven sowie der Niedersächsischen Nordseeregion runden das Programm ab.

Für eine reibungslose Durchführung sorgen eine kompakte, klimafreundliche Transferlogistik und ausreichende Hotelkapazitäten, die eine flexible Unterbringung der Teilnehmer gewährleistet.

Bremerhaven setzt auf Qualität, Nachhaltigkeit, regionale Produkte im Catering und ein umfassendes

„Bremerhaven steht für die Zukunftsthemen unserer Zeit – Klimawandel, Migration und Biodiversität. Der GTM 2027 ist für uns mehr als eine Messe – er ist ein Schaufenster für die Stadt, für das Land Bremen und für die gesamte deutsche Nordseeküste.“

Notfall- und Risikomanagement. Die Stadt ist bereit, die hohen Standards der DZT, die selbst Green Globe zertifiziert ist, zu erfüllen.

Der veranschlagte Finanzbedarf beläuft sich auf rund 300.000 €, gedeckt aus

städtischen Mitteln, Drittmitteln und Sponsoring. Hierin ist eine anteilige Reisekostenbeteiligung der internationalen Teilnehmer (geschätzt 50.000-100.000 €) berücksichtigt. Bremerhaven versteht den GTM als strategischen Impuls für mehr Sichtbarkeit im internationalen Tourismusmarkt, den Ausbau des Geschäftsreisetourismus und die Stärkung des Profils für maritime und wissenschaftliche Themen.

Die Bewerbung wird getragen von der Erlebnis Bremerhaven GmbH in enger Kooperation mit der Stadt Bremerhaven, der Tourismus-Agentur Nordsee (TANO) und weiteren regionalen Akteuren. Mit politischer Rückendeckung und professioneller Organisation ist Bremerhaven bereit, den GTM 2027 innovativ, verantwortungsvoll und gastfreundlich auszurichten.



1. Gastgeberstadt mit Profil

1.1 Bremerhaven als Gastgeberstadt

Bremerhaven bewirbt sich als authentische Gastgeberstadt für den Germany Travel Mart™ 2027 und vereint ein markantes Profil, das maritimen Charakter, eine gewachsene touristische Infrastruktur und wissenschaftliche Exzellenz umfasst. Die Stadt bringt alle Eigenschaften mit, die eine professionelle und zugleich charakter- starke AusrichterIn des GTM 2027 auszeichnen:

- **Inhaltlich profilierter Standort:** Eine einzigartige Verbindung von maritimem Erbe, Tourismus und Forschung.
- **Dynamische Tourismusedwicklung:** Mit rund 430.000 Übernachtungen pro Jahr zählt Bremerhaven zu den dynamisch wachsenden touristischen Standorten in Deutschland.
- **International anschlussfähige Ausstrahlung:** Als Wissenschafts-, Hafen- und Erlebnisstandort im Nordwesten Deutschlands.

1.2 Wissenschafts-, Hafen- und Erlebnisstandort

Bremerhaven präsentiert sich als einzigartiger Kompetenzstandort, der angewandte Forschung, maritime Wirtschaft und touristische Erlebnisqualität miteinander verbindet. Dies zeigt sich durch:

- **Bedeutende Forschungseinrichtungen:** Heimat des Alfred-Wegener-Instituts für Polar- und Meeresforschung, des Fraunhofer-Instituts für Windenergiesysteme, der Thünen-Institute für Seefischerei und Fischereiökologie, des DLR Instituts für den Schutz maritimer Infrastrukturen, des Instituts für Seeverkehrswirtschaft und Logistik sowie des Zentrums für Aquakulturforschung (ZAF)
- **Vermittlung globaler Herausforderungen:** Touristische Leuchttürme wie das Klimahaus Bremerhaven oder das Deutsche Auswandererhaus vermitteln eindrücklich globale Fragen wie den Klimawandel und die Migration.
- **Anerkannter Kompetenzschwerpunkt:** Diese Verbindung aus Forschung und Kommunikation macht Bremerhaven zu einem anerkannten Kompetenzstandort für Klimawandel, Meeresforschung und Nachhaltigkeit.
- **Programmprägung:** Die inhaltlichen Schwerpunkte fließen direkt in die Storyline und prägen Programmformate wie Keynotes, Touren und Presseformate im Rahmen des GTM.

Short Facts

Bremerhaven: Kompetenz für den GTM 2027

- **Standortprofil:** Eine einzigartige Mischung aus maritimem Erbe, Tourismus und Forschung.
- **Wachstum:** Gehört mit ca. 430.000 Übernachtungen (2024) zu den dynamisch wachsenden Tourismuszielen.
- **Wissenschafts- und Hafenstadt:** Heimat des Alfred-Wegener-Instituts und des Klimahauses Bremerhaven sind prägend für das GTM-Konzept.
- **Veranstaltungserfahrung:** Nachgewiesene Kompetenz durch die Ausrichtung großer Events wie der SAIL Bremerhaven.
- **Nachhaltigkeit:** Der dritte Platz im Bundeswettbewerb "Nachhaltige Tourismusdestinationen 2022/23" im Bereich "Starter" zeigt, dass Bremerhaven auf eine klimafreundliche und barrierefreie Durchführung setzt.



1.3 Touristische Entwicklung & internationale Positionierung

In den letzten Jahrzehnten hat Bremerhaven als bedeutender Hafenstandort eine dynamische touristische Entwicklung durchlaufen und sich erfolgreich als Destination des Städtetourismus und als Zentrum der Kreuzschiffahrt etabliert. Die Bewerbung zum GTM ist ein logischer nächster Schritt und ein starkes Signal an internationale Märkte. Die Entwicklung ist erlebbar durch:

- **Maritimes Erbe:** Traditionsschiffe wie das Schulschiff Deutschland, der Dampfeisbrecher Wal und das U-Boot Wilhelm Bauer zeugen von der maritimen Geschichte der Stadt.
- **Museen und wissenschaftliche Ausstellungshäuser:** Das Klimahaus Bremerhaven und das Deutsche Auswandererhaus gehören zu den touristischen Highlights der Stadt mit (inter)nationaler Ausstrahlung. Das Deutsche Schifffahrtsmuseum als nationales Schifffahrtsmuseum gehört als Leibniz-Institut für Maritime Geschichte zur Leibniz-Gemeinschaft und vereinigt Ausstellungs- und Forschungstätigkeiten. Der Zoo am Meer, das Historische Museum, das Museumsschiff FMS Gera sowie das Technikmuseum U-Boot Wilhelm Bauer und das Schulschiff Deutschland sind weitere Erlebnisorte.
- **Tradition & Genuss:** Das Schaufenster Fischereihafen, das die Geschichte der Hochseefischerei und die aktuell bedeutende Fisch- und Lebensmittelwirtschaft mit maritimer Gastronomie und regionalem Handel verbindet.
- **Kreuzschiffahrt:** Einrichtungen wie das Bremerhaven Cruise Port.
- **Infrastruktur für Events:** Fast alle Erlebnisorte sind barrierefrei zugänglich, multimedial erschlossen und ideal für Side Events oder Tourenformate im Rahmen des GTM.

1.4 Willkommenskultur & Gastgeberkompetenz

Bremerhaven punktet als Gastgeberin des GTM 2027 mit einer klaren inhaltlichen Positionierung als „Stadt der Wissens- und Erlebniswelten am Meer“. Die Stadt verfügt über langjährige Erfahrung in der Ausrichtung großer Events:

- **Großveranstaltungen:** Internationales Windjammer-Festival SAIL Bremerhaven (über 1 Mio. Besucher).
- **MICE-Events:** Vielfältige MICE-Veranstaltungen.
- **Innovative Formate:** Im Jahr 2005 wurde Bremerhaven zusammen mit der Stadt Bremen zur ersten „Stadt der Wissenschaft“ vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft gekürt. Ganz im Sinne des „Public understanding of Science“ wurden in den letzten zwei Jahrzehnten durch neue, aber auch traditionelle Veranstaltungsformate Wissenschaft & Forschung für Jedermann in der Stadt erlebbar gemacht.
- **Effiziente Durchführung:** Ihre kompakte Struktur, kurze Wege und moderne Infrastruktur ermöglichen eine klimafreundliche und reibungslose Durchführung. Diese Haltung, Erfahrung und Struktur prädestinieren Bremerhaven, den GTM 2027 zu einem zukunftsweisenden Branchenevent zu machen.



1.5 Nachhaltigkeit

Bremerhaven hat sich im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie einem nachhaltigen Qualitätstourismus verpflichtet, der sich konsequent im GTM-Konzept widerspiegelt.

- **Klimafreundliche Durchführung:** Die kompakte Struktur, kurze Wege und moderne Infrastruktur ermöglichen eine klimafreundliche und reibungslose Durchführung. So setzt z.B. der Mobilitätspartner Bremerhaven Bus verstärkt auf Wasserstoff- und Brennstoffzellenbusse.
- **Querschnittsprinzipien:** Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit werden in allen Planungsphasen des GTM 2027 als Querschnittsprinzipien berücksichtigt – vom Mobilitätskonzept bis zur Veranstaltungslogistik.



2. Erzählbare Stadt & Programmidee

Bremerhaven: Wo Meer, Wissen und Menschen sich begegnen

Bremerhaven bietet die ideale Kulisse für den Germany Travel Mart™ 2027, da es touristische Erlebnisqualität, wissenschaftliche Exzellenz und maritime Wirtschaft einzigartig miteinander verbindet.

Storytelling als Leitfaden:

- Die Bewerbung basiert auf einem durchgängigen Storytelling-Ansatz, der die Identität der Stadt aufgreift.
- Das zentrale Motiv „**Deutschland neu entdecken – zwischen Meer, Wissen und Mensch**“ prägt die Kommunikationsstrategie, das Veranstaltungsdesign und alle Tourenprogramme.

Diese inhaltlichen Schwerpunkte fließen direkt in die GTM-Storyline ein und gestalten alle Programmformate – von den Keynotes über die Touren bis hin zu den Presseformaten.

2.1 Thematische Ausrichtung

Bremerhaven als einzige deutsche Großstadt direkt an der deutschen Nordseeküste nutzt für den GTM 2027 seine maritime Kulisse für authentische Erlebnisse. Das Zusammenspiel aus Veranstaltungsorten am Wasser, maritimer Alltagskultur und wissenschaftsbasierter Küstenkompetenz prägt die thematische Ausrichtung des Programms. Die Erlebnisräume entlang des Tourismusresort Havenwelten machen Geschichte und Identität der Stadt auf vielfältige Weise erlebbar – und werden gezielt in Tourenformate und Side Events eingebunden.

Meer & Küste

Bremerhaven als einzige deutsche Großstadt direkt an der deutschen Nordseeküste nutzt für den GTM 2027 seine maritime Kulisse für authentische Erlebnisse.

- **Veranstaltungsorte** mit internationaler Ausstrahlung direkt am Wasser: z. B. Klimahaus Bremerhaven, Deutsches Auswandererhaus (DAH), Deutsches Schifffahrtsmuseum (DSM), Fischbahnhof 360° und Fischkochstudio im Schaufenster Fischereihafen
- **Programmpunkte** wie Hafenrundfahrten, maritime Kulinarik und Erlebnisführungen
- **Empfangsformate** mit Blick auf Werften, Containerumschlag, Museums-/Traditionsschiffe und Kreuzfahrtschiffe
- **Kulturelle Highlights** wie das Klimahaus (Klimazonen der Welt live erleben), das Deutsche Schifffahrtsmuseum (Maritime Forschung & Geschichte) und das Deutsche Auswandererhaus (Migrationsgeschichte) als Teil von Side Events und Touren
- **Weitere buchbare Erlebnisorte:** Zoo am Meer, Aussichtsplattform SAIL City, Schulschiff Deutschland, Technikmuseum U-Boot Wilhelm Bauer, Museumsschiff FMS Gera, historische Hafenuartiere

Wissen & Zukunft

Bremerhaven steht für angewandte Forschung, Klima- und Nachhaltigkeitswissenschaften. Dies schlägt sich im Storytelling wie in der Veranstaltungsarchitektur nieder.

- Thematisierung der Zukunftsbereiche: Klimawandel, Migration, Biodiversität, Meeresforschung, Energiewende, grüne Logistik
- Kooperation mit Forschungsinstituten (u. a. AWI, Fraunhofer, DLR) für Präsentationen, Keynotes oder Besuchsformate
- Veranstaltungsorte als Zukunftsorte: z. B. Klimahaus, Hochschule Bremerhaven, Lune-Delta



Mensch & Begegnung

Als Stadt der (historischen) Auswanderung und damit der Migration, des Schiffbaus, der Schifffahrt und der (historischen) Hochseefischerei und der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft hat Bremerhaven eine gewachsene internationale Willkommenskultur. Diese wird beim GTM durch erlebbare Gastfreundschaft, authentische Geschichten und lokale Begegnungen sichtbar gemacht.

- Begegnungen mit Forschern, Auswanderer-Guides
- Kleinteilige Erlebnisstationen statt touristischer Inszenierung
- „Local Genius“-Elemente in Begrüßungen, Touren und Side Events

2.2 Storyline als Basis des Veranstaltungsdesigns

Die **modulare Programmstruktur** des GTM 2027 folgt konsequent dem Storyline-Ansatz "Meer - Wissen - und Mensch". Dieser Ansatz ermöglicht **zielgruppenspezifische Angebote**, die eine hohe Identifikationskraft besitzen und die thematische Ausrichtung Bremerhavens nicht nur sichtbar, sondern auch **erlebbar** machen.

Das zeigt sich in verschiedenen Elementen:

- **Speed-Dating in der Eisarena/Stadthalle:** Bietet einen lebendigen Rahmen für Begegnungen.
- **Wissenschaftlich inspirierte Touren:** Vertiefen das Thema Wissen durch authentische Erlebnisse.
- **Kulinarische Begegnungen:** Verbinden das maritime Element mit dem menschlichen Aspekt durch den direkten Kontakt mit Köchen z.B. im Fischkochstudio.
- **Interaktive Präsentationen:** Zeigen die nachhaltige Stadtentwicklung auf anschauliche Weise.

Diese **inhaltliche Trilogie** zieht sich als roter Faden durch alle Bestandteile des GTM 2027 – von den Keynotes über die Side Events bis hin zur gesamten medialen Inszenierung.

2.3 Partnerstruktur & regionale Einbettung

Die Bewerbung Bremerhavens für den GTM 2027 ist kein Einzelprojekt, sondern das Ergebnis einer breit angelegten lokalen und regionalen Kooperation. Diese Partnerstruktur sichert nicht nur die Umsetzbarkeit, sondern auch die Authentizität des Events.

Kernpartner der Bewerbung

- **Erlebnis Bremerhaven GmbH:** Koordiniert das gesamte Bewerbungsverfahren und ist die zentrale operative Einheit.
- **Stadt Bremerhaven, vertreten durch das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft:** Eng in die Entwicklung und Abstimmung des Projekts eingebunden, sichert die politische Rückendeckung.
- **Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO):** Als DMO für die Niedersächsische Nordseeregion ist die TANO ein entscheidender regionaler Partner.



Weitere wichtige Akteure

- **wissenschaftliche Ausstellungshäuser:**
Das Klimahaus (Klimawandel), das Deutsche Auswandererhaus (Migration), das Deutsches Schifffahrtsmuseum (Schifffahrt und Umwelt, Schiffbau und Schifffahrt im sozioökonomischen Kontext sowie Schiffe und Wissen) und der Zoo am Meer (Biodiversität) befassen sich mit wichtigen Fragen der Geschichte und der Zukunft.
- **Wissenschaftliche Einrichtungen:**
Bedeutende Akteure wie das Alfred-Wegener-Institut (AWI), das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) und das Fraunhofer-Institut für Windenergiesysteme (IWES) bringen ihre inhaltliche Expertise und Forschungskompetenz ein, die das Profil des GTM mitgestalten können.
- **Touristische Leistungsträger:**
Ein breites Netzwerk aus kulturellen Institutionen, Hotelbetrieben, touristischen Leistungsträgern sowie der Gastronomie- und Freizeitwirtschaft ist aktiv in die Vorbereitung eingebunden und wird wesentliche Beiträge zur Durchführung des Events leisten.

Diese starke Vernetzung unterstreicht die Bedeutung Bremerhavens als zentraler Bestandteil der touristischen Entwicklungsstrategie des Landes Bremen. Die Bewerbung zielt darauf ab, die deutsche Nordseeküste als attraktive und nachhaltige internationale Incoming-Destination ganzjährig zu vermarkten und das Profil des Landes Bremen in maritimen, wissenschaftlichen und internationalen Themenfeldern zu schärfen.

Short Facts

Gemeinsam stark: Professionelle Umsetzung & Regionale Wirkung

Die breite Partnerstruktur, insbesondere die Einbindung der Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO), ist entscheidend für den Erfolg der GTM 2027 Bewerbung. Sie garantiert nicht nur ein professionelles Konzept und eine tiefe regionale Verankerung, sondern erweitert das touristische Spektrum um eine Region übergreifende Dimension und stärkt so das gesamte Projekt.



2.4 Programmformate

Die thematische Leitidee wird in konkrete Veranstaltungsformate übersetzt. Diese Module sind zielgruppenspezifisch ausgerichtet und sorgen für eine konsistente, erlebnisorientierte Umsetzung. Es handelt sich hierbei um ein Aufzeigen von Möglichkeiten.

Format	Inhaltlicher Bezug	Beispiele
Weitere Events	Wissen & Zukunft	Klimahaus Bremerhaven, Deutsches Auswandererhaus, Deutsches Schifffahrtsmuseum, Hochschule Bremerhaven,
Side Events	Sehenswürdigkeiten & Kultur	Zoo am Meer, Schulschiff Deutschland, Technikmuseum U-Boot Wilhelm Bauer
Specials vor Ort	Meer & Kulinarik	Schaufenster Fischereihafen, Fischbahnhof 360° und Fischkochstudio, Museumschiff FMS Gera
Tourenprogramme	Regionale Vielfalt	Regionen der Niedersächsischen Nordsee, Fischwirtschaft, Wissenschaftsroute
Empfang & Networking	Storyline sichtbar machen	Abendempfang mit Musik, Moderation und Hafенblick

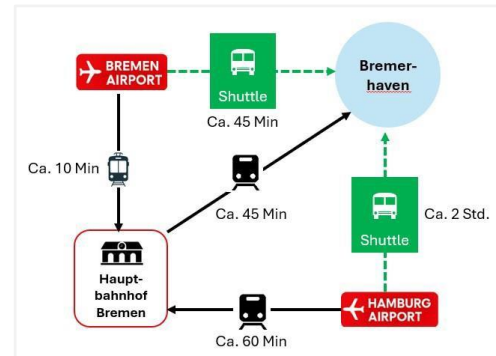
Diese modulare Programmstruktur stellt sicher, dass alle Besuchergruppen entlang der konzeptionellen Leitidee zielgerichtet angesprochen werden. Das sorgt für inhaltliche Konsistenz, stärkt das touristische Profil und schafft emotionale Bindung. Begegnung auf Augenhöhe zeigt sich z. B. in der Local Genius Tour durch den Fischereihafen, bei der Fischwirtschaft, Forschung und Stadtgesellschaft zusammenkommen.



3. Logistik & Gastlichkeit

3.1 Internationale Erreichbarkeit

Trotz fehlender Fernverkehrsanbindung über den ICE ist Bremerhaven verkehrstechnisch gut erschlossen: Die Stadt ist in weniger als einer Stunde per Bahn oder Shuttlebus vom internationalen Flughafen Bremen aus erreichbar – mit Direktverbindungen u. a. nach Frankfurt, München, Amsterdam, Wien, Zürich, London oder Istanbul. Für Teilnehmer aus Nordeuropa besteht zudem die Möglichkeit der Anreise über den Hamburger Flughafen.



- **Flughafen Bremen (BRE)**
Nur 60 Minuten per Direktzug (1× Umstieg) oder Shuttlebus. Verbindungen zu europäischen Hubs wie Frankfurt (bis zu 5x tgl.), München (bis zu 6x tgl.), Amsterdam (bis zu 4x tgl.), Wien (4x pro Woche), Zürich (4x pro Woche), Istanbul (bis zu 2x tgl.) und London (1x tgl.).
- **Flughafen Hamburg (HAM)**
Rund 90 Minuten mit Direktzug oder Shuttleverbindung. Tägliche interkontinentale Flüge (u. a. Nordamerika, Naher Osten, Asien).

Von beiden Flughäfen aus sind abgestimmte Shuttleverbindungen vorgesehen. Bereits im Bewerbungsprozess werden potenzielle Flugverbindungen, Ankunftszeiten und Teilnehmercluster berücksichtigt. Für internationale Gäste, die über den Flughafen Hamburg (HAM) anreisen, wird die Bahnverbindung über Bremen als bevorzugte Variante empfohlen (Fahrzeit ca. 1 Stunde 40 Minuten, mit Umstieg in Bremen). Ein mehrsprachiges Empfangsteam („Welcome Hosts“) begleitet die Gäste an beiden Bahnhöfen und unterstützt bei Orientierung und Übergang zwischen Flug und Bahn. Für Gruppen mit besonderen Anforderungen oder bei stark abweichenden Ankunftszeiten steht alternativ ein Direktshuttle (Fahrzeit ca. 90 Minuten) zur Verfügung.

3.2 Clusterplanung & Shuttlekonzept

Die Transferplanung orientiert sich an zeitlich gestaffelten Clustern für verschiedene Ankunftsgruppen (z. B. Europa, Nordamerika, Asien). Für jede Gruppe werden Zeitfenster definiert, die durch bereitgestellte Busse bedient werden. Dazu kommen VIP-Shuttles, ein ÖPNV-Konzept für individuelle Bewegungen und barrierefreie Transportmittel. In Zusammenarbeit mit der DZT und dem PCO ist eine clusterbasierte Transferlogistik vorgesehen. Internationale Flugankünfte (Inbound-Märkte Europa, USA, Asien) werden dabei in definierte Zeitfenster gruppiert, um den Transfer effizient und serviceorientiert zu gestalten.

- **Shuttleplanung** entlang der Hauptankunftszeiten mit abgestimmten Sammelzeiten
- **Welcome-Hostessen** an den Flughäfen
- **Anreiseempfehlungen** für internationale Gäste (sprachlich & regional differenziert)
- **Sondertransfers** für VIP-Gäste, DZT-Partner und Medienvertreter

Damit wird sichergestellt, dass die internationale Erreichbarkeit – auch ohne ICE-Fernverkehrsanschluss – höchsten Anforderungen genügt und allen internationalen Gästen eine komfortable Anreise ermöglicht wird.



3.3 Unterbringung & Hotelmatrix

Bremerhaven bietet rund 2.100 Hotelbetten, die in einer differenzierten Matrix (**Anlage A3**) erfasst sind. Diese Matrix berücksichtigt:

- **Lage:** Fußläufige Nähe zu den Hauptlocations (Eisarena/Stadthalle, Conference Center Sail City, DAH, BCP).
- **Kategorie:** Verschiedene Hotelstandards.
- **Zielgruppen-Kompatibilität:** Eignung für diverse Gästetypen.
- **Besondere Anforderungen:** Wie Barrierefreiheit oder Gruppenfähigkeit.

Die Hotels sind teilweise fußläufig zur Hauptlocation Eisarena/Stadthalle erreichbar. Durch Vorreservierungen garantiert die Stadt zudem ausreichende Kapazitäten, entweder fußläufig oder mit kurzem Shuttleweg.

Die finale Hotelmatrix wird mit Einreichung der Bewerbungsunterlagen übergeben. Weitere Rücksprachen mit den Beherbergungsbetrieben erfolgen fortlaufend.

3.4 Veranstaltungstransfer

Obwohl die zentralen Veranstaltungsorte – darunter die **Eisarena/Stadthalle**, das **Conference Center Sail City**, das Deutsche Auswandererhaus sowie zahlreiche Hotels – fußläufig erreichbar sind, wird für den GTM 2027 ein ergänzendes Shuttle-System in Kooperation mit dem städtischen Verkehrsunternehmen Bremerhaven Bus eingerichtet. Es gewährleistet komfortable, barrierefreie Mobilität zwischen allen Veranstaltungsbereichen und ist fester Bestandteil des Gesamtkonzepts.

Die Shuttlelogistik erfüllt mehrere Funktionen:

- Anbindung etwas abseits liegender Veranstaltungsorte, u. a. Schaufenster Fischereihafen, Fischkochstudio, Bremerhaven Cruise Port
- Service für Gäste mit Mobilitätseinschränkungen oder besonderen Mobilitätsbedarfen
- Alternative bei wetterbedingten Einschränkungen oder engem Zeitmanagement

Alle eingesetzten Fahrzeuge erfüllen moderne Umwelt- und Komfortstandards:

- Niederflurtechnik, Klimatisierung, emissionsarme Antriebe
- Einbindung in ein sichtbares Beschilderungssystem
- Zeitliche Koordination mit dem PCO für zuverlässige Transfers

Das Shuttle-Angebot trägt dazu bei, dass alle Programmpunkte – unabhängig von Lage und Distanz – gleichwertig, inklusiv und nachhaltig zugänglich bleiben.

Short facts

Hotelkapazitäten in Bremerhaven

- Erste Kontingente sind vorreserviert und mit Hotelpartnern abgestimmt
- Hotelmatrix mit Vorschlag für Zielgruppenzuordnung (Trade, Presse, DZT, VIP) liegt vor
- Buchung und Abrechnung erfolgen gemäß DZT-Guidelines
- Qualitätsstandards sichern Service, Welcome-Kits und Informationsmaterialien



4. Durchführung GTM-Workshop

4.1 Besucherzentrierte und nachhaltige Umsetzung

Bremerhaven ist mit der Eisarena/Stadthalle, dem Kreuzfahrt-Terminal Bremerhaven Cruise Port, dem Conference Center Sail City und weiteren Einrichtungen wie dem Deutschen Auswandererhaus Bremerhaven bestens für den GTM 2027 aufgestellt. Die Veranstaltungsarchitektur ist funktional und flexibel gestaltet, mit kurzen Wegen und barrierefreien Zugängen. Der Ablauf folgt einer klaren Flächenlogik, getrennten Gäste- und Technikführungen sowie abgestimmten Backup-Lösungen.

Die Veranstaltungsstruktur des GTM 2027 in Bremerhaven ist modular aufgebaut und orientiert sich an den Vorgaben der DZT. Sie nutzt die Potenziale der Stadt und ihrer Partnerregionen, berücksichtigt die spezifischen Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen (TRADE, PRESSE, PARTNER) und ermöglicht durch ihre komprimierte Ausgestaltung eine kompakte und effiziente Durchführung.

- **Kompakte Veranstaltungsstruktur:** Bremerhaven bietet eine effiziente und besuchergerechte Struktur mit kurzen Wegen, hoher Aufenthaltsqualität und konsequenter Nachhaltigkeitsausrichtung.
- **Zentrale Lage:** Alle Veranstaltungsorte, Hotels und Tourenstandorte liegen innerhalb eines zwei Kilometer Radius und sind fußläufig oder klimafreundlich erschlossen.
- **Reibungsloser Ablauf:** Ein durchdachtes, klimafreundliches Shuttlekonzept und barrierefreie Wege sorgen für einen problemlosen Besuch. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit der DZT und dem PCO.

Bremerhaven stellt somit eine tragfähige Plattform für einen professionell organisierten, emotional ansprechenden und partnerschaftlich getragenen GTM 2027 dar.

4.2 Locations & Eventinfrastruktur

Der Germany Travel Mart™ 2027 in Bremerhaven ist für rund 600 Teilnehmer ausgelegt. Dazu gehören etwa 300 internationale Einkäufer, 200 deutsche Anbieter und 70 bis 100 Medienvertreter.

Die Eisarena/Stadthalle als zentrale Workshop-Location

Die Eisarena Bremerhaven (alternativ Stadthalle Bremerhaven) ist die Hauptlocation für das zentrale Speed-Dating-Format. Sie bietet mit ihrer Kapazität von bis zu 4.000 Plätzen ideale Voraussetzungen für das Workshop-Setting mit 500 bis 600 internationalen Gästen. Die Arena wird in klar definierte Funktionsbereiche unterteilt:

- **Akkreditierungszone**
- **Workshop-Area**
- **Loungeflächen**
- **Technik-Backstage**
- **Zusätzliche Flächen**

Für den Auf- und Abbau des Workshops in der Eisarena sind inklusive Pufferzeiten sechs Tage (Freitag bis Mittwoch) vorgesehen.

Ergänzend zur Hauptfläche können die VIP-Logen als Organisations-Büro (für 5-10 Personen) und Meetingraum (für 20-30 Personen) genutzt werden. Der Medienraum oder die Pistenbar eignen sich für Präsentationen.



Ein abschließbarer Lagerraum (50-60 m²) mit Tischen zur Konfektionierung der Kongresstaschen wird in unmittelbarer Nähe der Workshop-Location bereitgestellt.

Verfügbarkeit und Terminabsicherung

Die Eisarena Bremerhaven steht nach Abschluss der regulären Eishockeysaison – vorbehaltlich möglicher Playoff-Teilnahmen der erfolgreich in der 1. Deutschen Eishockeyliga spielenden Fischtown Pinguins – voraussichtlich ab Mitte Mai 2027 für den Veranstaltungsbetrieb zur Verfügung.

Um einen ausreichend großen organisatorischen Vorlauf für Aufbau, Technik und Akkreditierung zu gewährleisten, wird eine Ausrichtung des GTM 2027 an folgendem Termin empfohlen:

- **Samstag, 29. Mai bis Mittwoch, 2. Juni 2027**

Dieses Zeitfenster ermöglicht sowohl die Durchführung des mehrtägigen Workshop-Settings (Speed-Networking) als auch flankierender Side Events und Pressetermine unter Nutzung der Eisarena als Hauptlocation. Die Nutzung ist für einen Zeitraum von fünf Tagen (Samstag bis Mittwoch) inklusive Aufbau, Veranstaltung und Abbau gesichert. Sollte für die Stadthalle Bremerhaven eine Betriebsgenehmigung für 2027 gewährt werden, wird diese Location als Alternative für den Workshop (Speed-Networking) ins Auge gefasst.

Weitere Veranstaltungsorte

Ergänzende Räume für weitere Veranstaltungen befinden sich in benachbarten Einrichtungen (z. B. Deutschen Auswandererhaus, Klimahaus, ATLANTIC Hotel Sail City, Kreuzfahrt-Terminal (Bremerhaven Cruise Port)). Die weiteren Veranstaltungsorte befinden sich in unmittelbarer Nähe zueinander und verfügen über moderne, flexible Raumangebote:

- **Deutsches Auswandererhaus** (Pressekonferenz, Touren- und Side Event-Ort)
- **Conference Center Sail City** (Alternative für Pressekonferenz)
- **Klimahaus Bremerhaven** (Touren- und Side Event-Ort)
- **Bremerhaven Cruise Port** (Abendveranstaltung)
- **Schaufenster Fischereihafen** (Touren- und Side Event-Ort)

Alle Orte sind barrierefrei, technisch erschlossen und für B2B-Formate geeignet. Für Aufbau, Techniklogistik und Sicherheitsmanagement werden separate Zeitfenster mit dem PCO koordiniert. Ein technischer Ablaufplan ist in Vorbereitung und wird Bestandteil der finalen Bewerbungsunterlagen.

4.3 Nachhaltige und inklusive Veranstaltungsinfrastruktur

Die Workshop-Teilnehmer sollen sich in Bremerhaven willkommen und umsorgt fühlen. Die Gestaltung der Aufenthaltsqualität zielt auf professionellen Komfort, Raum für Austausch und städtische Gastfreundschaft.

Aufenthaltsqualität

Die vorgeschlagenen Maßnahmen sind darauf ausgelegt, die Aufenthaltsqualität für alle Zielgruppen signifikant zu steigern. Sie greifen ineinander, um eine durchweg positive Erlebnisqualität zu gewährleisten und die Effizienz sowie den Komfort der Veranstaltung zu maximieren.

- **Lounge- und Ruhebereiche** in der Eisarena/Stadthalle (Networking, Erholung)
- **Snack- und Serviceinseln** in Workshop- und Ausstellungsflächen
- **Infopoints und Begleitservice durch Hostessen** an allen Veranstaltungsorten
- **Durchgängige Barrierefreiheit** in den Veranstaltungsbereichen



Barrierefreiheit

Bremerhaven – im Januar 2025 zum dritten Mal in Folge mit dem bundesweit anerkannten Qualitätssiegel „Tourismusort – Barrierefreiheit geprüft“ nach den Kriterien des bundesweiten Systems „Reisen für Alle“ ausgezeichnet - erfüllt die erforderlichen Voraussetzungen zur Barrierefreiheit.

Dies umfasst:

- **Stufenfreier Zugang:** Alle Hauptlocations und Unterkünfte sind stufenfrei zugänglich.
- **Orientierungshilfen:** Die Standorte sind mit entsprechenden Orientierungshilfen ausgestattet.
- **Vorbereitung auf Mobilitätseinschränkungen:** Die Infrastruktur ist auf Personen mit Mobilitätseinschränkungen vorbereitet.

Für internationale Gäste mit besonderen Bedarfen (z.B. visuelle oder auditive Einschränkungen) werden barrierefreie Infomaterialien, Assistenzangebote und mobile Begleitservices bereitgestellt. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit dem PCO der DZT sowie regionalen Inklusionsstellen.

Nachhaltigkeit

Die Bewerbung Bremerhavens für den GTM 2027 trägt den Prinzipien nachhaltiger und inklusiver Veranstaltungsformate in besonderem Maße Rechnung. Die Stadt verpflichtet sich einem konsequent klimafreundlichen Tourismus. Die Veranstaltungsorte des GTM 2027 – darunter das Klimahaus, die Eisarena und das Conference Center Sail City – werden gemäß dieser Verpflichtung ausgestattet:

- **Energieversorgung:** Regionaler Strom.
- **Abfallmanagement:** Mehrweg- und Abfallvermeidungsstrategien.
- **Ressourceneinsatz:** Ressourcenschonende Versorgungskonzepte, Einsatz lokaler Produkte.

4.4 Organisationssystematik & Vor-Ort-Services

Der GTM 2027 in Bremerhaven setzt auf ein **Einbahnstraßenprinzip** zur Organisation der Besucherströme, ergänzt durch digitale und analoge Leitsysteme, Hostessen und Piktogramme.

Besucherfluss und Servicekonzept

Mehrsprachiges Personal an Infopoints, die vollständig barrierefrei sind, sichert reibungslose Abläufe auch für Gruppen oder mobilitätseingeschränkte Gäste. Vielfältige Services für Gäste vor Ort umfassen:

- **Welcome-Hostessen** an Flughäfen
- **Akkreditierungsschalter** in der Eisarena
- **Mehrsprachige Betreuungsteams**
- **Infopoints** mit digitalem Zugang
- **Barrierefreie Wegeführung**
- **Hostessenkoordination**

Das Teilnehmermanagement orientiert sich an höchsten Standards in Gastfreundschaft und Internationalität.



Veranstaltungsplanung und Raumstruktur

Bremerhaven stellt eine funktionale Raum- und Ablaufstruktur bereit, die eine klare Trennung der Funktionsbereiche, kurze Wege, eine logische Besucherführung und barrierefreie Zugänglichkeit gewährleistet.

- **Speed-Dating-Fläche (Eisarena):** Großflächige, klar zonierte Fläche mit Empfangs-, Lounge- und Pressebereichen, Technik-Backstage, VIP-Zonen und Rückzugsräumen.
- **Workshop- und Medienräume:** Flexible Breakout-Areale mit technischer Grundausstattung für Fachgespräche und Hintergrundbriefings.
- **Check-in- und Akkreditierungsbereiche:** Klare Zuordnung nach Zielgruppen (Einkäufer, Medien, PCO, DZT) und Einbahnwegeprinzip zur Vermeidung von Engpässen.
- **Teilnehmerführung & Besucherfluss:** Wegeführung über Beschilderung, Bodenmarkierungen und Leitsysteme, ergänzt durch Infopersonal. Transfers starten in Laufweite (< 3 Minuten).
- **Infopoints & Notfallzonen:** Markierte Servicestellen mit analoger und digitaler Unterstützung. Rückfallebenen bei technischen oder organisatorischen Engpässen sind vorgesehen.

Ein Anhang 5 (in Vorbereitung) wird schematische Raumpläne, Ablaufpläne für Check-in und Transfers sowie Visualisierungen zur Besucherführung enthalten. Diese dienen als Orientierung für alle operativ Beteiligten.

4.5 Teilnehmermanagement & Logistikkoordination

Um eine klare Abgrenzung der Zuständigkeiten zu gewährleisten, wurde frühzeitig eine abgestimmte Aufgabenverteilung zwischen der Gastgeberdestination und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) definiert. Die operative Gesamtverantwortung für zentrale organisatorische Prozesse liegt bei der DZT. Die Gastgeberstadt Bremerhaven stellt alle lokal erforderlichen Ressourcen und Leistungen bereit, um ein reibungsloses Eventerlebnis zu ermöglichen.

In enger Abstimmung mit der DZT und dem beauftragten PCO gewährleistet Bremerhaven ein professionelles Teilnehmermanagement vor Ort. Ziel ist ein reibungsloser und serviceorientierter Ablauf für alle internationalen Gäste, Journalisten, Einkäufer und Partner.

Folgende Strukturen und Services werden bereitgestellt:

- **Welcome-Hostessen** an zentralen Anlaufstellen (Hauptlocation, Hotels, ggf. Bahnhof)
- **Akkreditierungsbereich** mit digitalen Check-in-Möglichkeiten und Hostessteam
- **Teilnehmerinformationen** mehrsprachig in Print und digital (z. B. QR-Codes, App)
- **Infopoints & mobile Teams** für Orientierung, Rückfragen und spontane Unterstützung
- **Transferkoordination** für Fahrten zwischen Bahnhof, Hotels und Eventlocations
- **Service-Teams** zur Begleitung von Gruppen, Unterstützung von VIPs und Barrierefreiheit
- **Schnittstellen zu Sicherheit, Technik & Catering** für schnelle Kommunikation im Bedarfsfall
- **Hospitality-Desk** für Umbuchungen, Programmänderungen oder Sonderwünsche

Diese Maßnahmen sind abgestimmt mit dem PCO und der DZT und zielen auf einen hohen Servicelevel bei gleichzeitig klar definierten Rollen und Verantwortlichkeiten ab.



Short Facts

- **Akkreditierung & Registrierung:** Empfangs- und Check-in-Zonen an zentralen Veranstaltungspunkten wie Hotelzentren und der Speed-Dating-Location. Digitale und physische Registrierungsprozesse erfolgen gemäß DZT-Vorgaben, unterstützt durch geschultes Eventpersonal.
- **Infopoints & Welcome Services:** Mobile Infopoints mit Hostessen in Hotels und Hauptlocations, betrieben durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH mit mehrsprachigem Personal. Sie dienen als erste Anlaufstelle für organisatorische, touristische und logistische Fragen.
- **Welcome Bags:** Die Willkommenskultur des GTM in Bremerhaven umfasst zudem Welcome Bags, Informationsmaterialien, Netzwerklounges sowie kulturelle Begegnungsmomente im öffentlichen Raum. Dies ist ein Part der DZT in Abstimmung mit dem Destination Partner.
- **Teilnehmerkommunikation & Updates:** Unterstützung der DZT bei der digitalen Kommunikation durch lokale Content-Zulieferung, mehrsprachige Infopakete und Push-Informationen zu kurzfristigen Änderungen (z.B. per App oder Newsletter-System).
- **Logistikkoordination vor Ort:** On-Site-Koordinatoren fungieren als Verbindungsglied zwischen Teilnehmenden, Transferlogistik, Veranstaltungsstätten und Side Events. Sie stellen Abläufe sicher, kontrollieren Transfers, unterstützen VIP-Gäste und sind die Schnittstelle zur DZT-Eventleitung.
- **On-Site-Koordinatoren:** Verbindungsglied zwischen Teilnehmenden, Transferlogistik, Veranstaltungsstätte und Side Events: On-Site-Koordinatoren stellen Abläufe sicher, unterstützen VIP-Gäste und sind Bindeglied zur DZT-Eventleitung.

4.6 Catering

Das gastronomische Konzept des GTM 2027 orientiert sich an den Prinzipien **Regionalität, Saisonalität und Authentizität**. Es integriert lokale Caterer und Lebensmittelmanufakturen und umfasst:

- **Produktauswahl:** Fischspezialitäten, vegetarische Alternativen, Bio- und Fair-Trade-Produkte.
- **Nachhaltigkeit:** Mehrwegkonzepte, kurze Wege und Lebensmittelvermeidung.
- **Thematische Integration:** Kulinarische Einbindung in Abendveranstaltungen und Side Events.

Umsetzung des Workshop-Caterings (DZT Leistung)

- Fischspezialitäten, vegetarische Alternativen, Bio- und Fair-Trade-Produkte
- Einbindung lokaler Caterer und Lebensmittelmanufakturen
- Mehrwegkonzepte, kurze Wege, Lebensmittelvermeidung
- Thematische Integration in Abendveranstaltungen und Side Events: Die Catering-Flächen für den Workshop werden unter Einhaltung der Fluchtwege auf die oberen Foyerbereiche und den Umgang in der Eisarena verteilt. Das hierfür notwendige Mobiliar (Stehtische, Mischbestuhlung etc.) wird extern angemietet, um eine optimale Versorgung der bis zu 500 Workshop-Teilnehmenden zu gewährleisten.



Die Umsetzung erfolgt in enger Zusammenarbeit mit erfahrenen lokalen Anbietern. Eine gesonderte Logistikplanung für Kücheninfrastruktur und Versorgungspunkte wird in Abstimmung mit den Veranstaltungsorten erstellt.

4.7 Technik-, Bühnen- & Cateringlogistik

Bremerhaven sorgt für eine **professionelle technische Versorgung und Logistik**, die durch umfassende Notfallpläne abgesichert ist.

Technische Ausstattung:

- **Dienstleister:** Einsatz von professionellen Dienstleistern für Licht, Ton, Streaming und Internet.
- **Redundanz:** Backup-Systeme sind vor Ort verfügbar.
- **Stromversorgung:** An jedem Tisch für das Speed-Dating ist eine Stromversorgung gewährleistet.

Logistikmanagement:

- **Getrennte Abläufe:** Der Auf- und Abbau von Bühnen sowie die Cateringlogistik sind zeitlich von den Teilnehmerbewegungen entkoppelt.
- **Anlieferungen:** Erfolgen über separate Zufahrten mit gesicherter Verkehrsführung.

Notfallplanung & Technische Absicherung:

Bremerhaven verfügt über ein mehrstufiges Sicherheits- und Notfallkonzept. Ziel ist es, auf unvorhergesehene Ereignisse wie technische Ausfälle, extreme Wetterlage oder infrastrukturelle Einschränkungen **schnell, sicher und professionell** reagieren zu können.

- **Technische Redundanzen:**
 - Backup-Dienstleister für Licht, Ton, Streaming und IT
 - Ersatztechnik vor Ort (z. B. Router, Monitore)
 - Vorab getestete Notfallsysteme für Präsentationen und Kommunikation, inkl. LTE-Backup
- **Backup-Locations:**
 - Stadthalle Bremerhaven als vollwertige Ausweichlocation für das Speed-Dating (anstelle der Eisarena)
 - Alternativräume für Presse, VIP-Gespräche oder Side Events – z. B. im Klimahaus, Fischbahnhof 360° oder Partnerhotels
- **Sicherheits- und Eskalationsmanagement:**
 - Abstimmung mit Polizei, Feuerwehr, Sanitätsdienst und privatem Sicherheitsdienst
 - Veranstaltungsbezogener Notfallplan mit Evakuierungslogik und Eskalationsmatrix
 - Schulung des Eventpersonals durch Szenario-Training im Vorfeld

Short Facts

Bewährtes Notfallmanagement

Ein mehrstufiges Sicherheits- und Notfallkonzept garantiert schnelle, sichere und professionelle Reaktionen auf unvorhergesehene Ereignisse.

- **Backup-Systeme:** Redundante Technik und alternative Veranstaltungsorte (Conference Center Sail City, Klimahaus u.a.) sind vorbereitet.
- **Geschultes Personal:** Für jede Situation geschulte Eventteams und klare Kommunikationswege.



- **Kommunikation im Ernstfall:**
 - Push-Nachrichten über App, SMS oder digitale Anzeigetafeln bei Störungen
 - Paralleles analoges System: Aushänge an Infopoints, gedruckte Notfallinformationen

Dieses Notfallkonzept gewährleistet die Handlungsfähigkeit der Veranstalter und erhöht das Vertrauen der internationalen Gäste, Partnerinstitutionen und Medienvertretenden in die Professionalität des Veranstaltungsstandorts.

Sicherheitskonzept und Personal

Bremerhaven legt größten Wert auf einen reibungslosen und sicheren Veranstaltungsablauf, insbesondere in der Eisarena.

- **Detailliertes Sicherheitskonzept:** Es wird ein umfassendes Konzept erstellt, das die Besonderheiten der Entfluchtung der Eisarena berücksichtigt.
- **Kompensationsmaßnahmen:** Geplante Maßnahmen umfassen den Einsatz von zusätzlichem Sicherheitspersonal.
- **Vor-Ort-Betreuung:** Ein professionelles Team aus Hostessen sorgt für die Betreuung der Veranstaltungsgäste. Zusätzlich zum Personal der Erlebnis Bremerhaven
- **Kostenübernahme:** Die Kosten für Personal- und Hostessenkoordination sind bereits im Finanzierungsrahmen der Erlebnis Bremerhaven GmbH berücksichtigt. Es handelt sich hier auch um zusätzliches, externes Personal.



5. Zeitliches Ablaufmanagement

5.1 Veranstaltungsablauf

Der GTM 2027 ist als dreitägige Veranstaltung von Sonntag bis Dienstag geplant. Für ausgewählte Zielmärkte und eingeladene Partner besteht zusätzlich die Möglichkeit, bereits am Samstag im Rahmen eines optionalen Pre-Tour-Programms anzureisen.

Samstag (optional):

Auftaktprogramme für internationale Partner

- Individuelle Anreise ausgewählter internationaler Partner
- Pre-Tour-Formate in Bremerhaven und angrenzende Regionen der Niedersächsischen Nordsee (nach Zielmarkt abgestimmt)

Sonntag:

Anreise & TRADE-Touren

- Offizielle Anreise der Gäste
- Touren in Bremerhaven, nach Bremen und in die Regionen der Niedersächsischen Nordsee für Einkäufer und Pressevertreter

Montag:

Workshop, Presseformate & Networking

- B2B-Workshop in der Eisarena/Stadthalle (zentrale Lage, flexible Raumkonzepte)
- Internationale Pressekonferenz (z. B. im Deutschen Auswandererhaus oder im Conference Center Sail City)
- Abendveranstaltung mit regionalem kulinarischem Profil und Networking (z. B. im Kreuzfahrt-Terminal oder in einem Trockendock)

Dienstag:

Workshop-Fortsetzung & Abschluss

- Weitere Workshop-Sessions oder individuelle Pressetermine
- Pressereisen & vertiefende PRESSE-Touren
- Rückreise der Teilnehmergruppen

Short Facts

Nachhaltige Transfers und hochwertige Medienwirkung

Für die Transfers werden **klimafreundliche Verkehrsmittel** wie E-Shuttles, Kleinbusse oder Bahnverbindungen eingesetzt. Ergänzend erhalten die Teilnehmenden **digitale Presse-Kits** mit Bildmaterial, Hintergrundinformationen und redaktionell aufbereiteten Factsheets.

Diese gezielte Angebotsstruktur vermittelt ein **hochwertiges Destinationsbild**, das sowohl internationale Presseberichterstattung als auch konkrete Vermarktungsk Kooperationen im Trade-Bereich fördert.



5.2 Abendliches Event

Der GTM 2027 bietet am Montagabend ein hochkarätiges Networking-Event. Diese Business- und Geschäftsveranstaltung fördert den informellen Austausch und das Knüpfen von Kontakten in entspannter Atmosphäre.

Charakter:

- Dezente Live-Musik und Walking Acts begleiten den Abend.
- Offizielle Redebeiträge sind zur Begrüßung aller Teilnehmenden vorgesehen.

Repräsentative Orte:

- **Kreuzfahrt-Terminal:** Bietet maritimes Flair.
- **Trockendock:** Eine einzigartige Option, vorbehaltlich der Verfügbarkeit.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH trägt als gastgebender Partner die Ausrichtung und Kosten dieses Empfangs, um den internationalen Teilnehmern ein unvergessliches Erlebnis zu bereiten.

5.3 Pressehandling, Trade Touren & Medienbetreuung

Die Betreuung internationaler Medienvertreter ist ein Kernbestandteil des GTM 2027 in Bremerhaven, mit einem klaren Fokus auf Servicequalität, Internationalität und redaktionelle Wirksamkeit. Die Verantwortlichkeiten sind dabei, wie in Anhang A4. Medienbetreuung detailliert aufgeführt, zwischen der DZT und der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) klar definiert:

- **DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus):** Verantwortet die internationale Presseansprache, Einladung und Akkreditierung.
- **Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG):** Übernimmt die lokale Betreuung, die logistischen Abläufe und die organisatorische Durchführung aller Presseformate.

Die Pressekonferenz zum GTM kann im Deutschen Auswandererhaus oder im Conference Center Sail City stattfinden.

Die Medienbetreuung ist umfassend und professionell gestaltet. Die Pressebetreuung erfolgt federführend durch die DZT in Zusammenarbeit mit EBG:

- **Professionelle Kommunikation:** Sie erfolgt mehrsprachig und zielgruppengerecht.
- **Informationsbereitstellung:** Bereitgestellt werden digitale Pressemappen (via QR-Code), umfangreiches Bildmaterial, redaktionelle Hintergrundmaterialien und kuratierte Themenpools.
- **Vor-Ort-Support:** Die Pressearbeit wird durch geschultes Begleitpersonal (Hostessen, Medienguides) und ein zentrales Medienteam vor Ort unterstützt.

Die Presseformate und -tours sind darauf ausgelegt, authentische Erlebnisse mit redaktioneller Tiefe zu verbinden. Sie sind anschlussfähig für diverse Medientypen – von klassischen Fachmedien bis hin zu Online-, TV- oder Social-Media-Formaten. Das übergeordnete Ziel ist eine medienwirksame, serviceorientierte und nachhaltig wirksame Kommunikation über Bremerhaven und die gesamte Region.



Thematische Tiefe & Zielgruppenfokus

Die Programme für Fachbesucher und Medienvertreter sind ein zentraler Bestandteil von Bremerhavens Bewerbung. Sie dienen der inhaltlichen Vertiefung, dem regionalen Erleben und der Marktdifferenzierung. Alle Touren sind thematisch auf den Dreiklang „Meer – Wissen – Mensch“ abgestimmt und greifen die Stärken der Region auf.

Erlebnisorientierte Programminhalte

- **Inhaltlicher Fokus:** Jede Tour verfolgt eine klare inhaltliche Klammer und zielt auf emotionale Ankerpunkte.
- **"Local Genius"-Ansatz:** Das persönliche Erleben authentischer Akteure vor Ort prägt alle Programme.
- **Ganzheitliches Bild:** Wissenschaftstourismus, nachhaltige Erlebnisse, Kulinarik, Kultur und Regionalität verschmelzen zu einem umfassenden Bild, das neue Perspektiven auf Deutschland als Tourismusland eröffnet.

Tourenvielfalt & Regionale Synergien

- **8 Trade-Touren:** Davon 5 aus den Regionen der Niedersächsischen Nordsee, 2 aus Bremerhaven und 1 aus Bremen
- **3-4 thematische Pressetouren:** Mit Fokus auf Wissenschaft, Kulinarik und Nachhaltigkeit
- **Regionale Einbindung:** Aktive Beteiligung regionaler Akteure und Netzwerke bei der Tour-Gestaltung und Begleitung

Trade-Touren für internationale Einkäufer

Bremerhaven bietet, in Zusammenarbeit mit der Tourismus-Agentur Nordsee (TANO), acht thematisch profilierte Trade-Touren an. Diese richten sich gezielt an Einkäufer und Veranstalter aus den Segmenten Gruppenreisen, Studienreisen, Kultur- und Städtetourismus. Die Programme sollen das touristische Portfolio der Region sichtbar machen und konkrete Verkaufsimpulse setzen. Die Touren führen zu vielfältigen Zielen, wie zum Beispiel Fischmanufakturen, Forschungsschiffen, Museen, touristische Edutainment Einrichtungen, dem Weltnaturerbe Wattenmeer oder touristischen Betrieben entlang der Nordseeküste.

Entdeckertouren in Bremerhaven (2 Touren):

- **Tour 1: Begleitete Exkursion zum Thema „Wind & Wasser“**
Besuch des Klimahaus Bremerhaven mit interaktiven Ausstellungen zu globalen Klimazonen, anschließend Fahrt mit dem HafenBus durch den Überseehafen und zum Kreuzfahrtterminal
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr.
- **Tour 2: Stadtentdeckungstour mit Museumsbesuch („Genuss & Geschichte“)**
Führung durch das Deutsche Auswandererhaus mit Einblicken in historische und aktuelle Migrationsgeschichte, danach Besuch des Fischkochstudios mit Zubereitung regionaler Spezialitäten.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr.

Busausflug nach Bremen (1 Tour)

- **Tour 3: Fahrt nach Bremen („Kunst & Kultur“)**
Mit dem Reisebus in die etwa 60 km entfernte Landeshauptstadt Bremen mit Besuch des UNESCO-Welterbes Rathaus Bremen und Roland sowie dem Altstadtviertel Schnoor.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr.



Entdeckertouren in die Regionen der Niedersächsischen Nordsee (5 Touren):

- **Tour 4: Begleitete Bustour nach Krummhörn-Greetsiel (Küstenküche & Krabbenkutter)**
Fahrt mit dem Reisebus nach Krummhörn-Greetsiel in der Nähe von Emden in Ostfriesland. Die Teilnehmenden erwartet eine Fahrt mit dem Krabbenkutter und ein Besuch der bekannten Zwillingmühlen von Greetsiel.
Dauer: ca. 8:00–18:00 Uhr.
- **Tour 5: Thalasso-Exkursion nach Cuxhaven/Duhnen (Heilkraft des Meeres):**
Besuch des Thalassozentrums mit Anwendungen und Informationen zur Meeresheilkunde, anschließend geführte Wattwanderung im UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr
- **Tour 6: Kulturprogramm in Bad Bederkesa & Otterndorf (Nordsee mit Geschichte):** Besichtigung des Museums Burg Bederkesa mit archäologischen Exponaten, danach Stadtführung durch Otterndorf und eine Floßfahrt auf dem Fluss Medem.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr
- **Tour 7: Virtuelle Hafengeschichte & Marineerlebnis in Wilhelmshaven:**
Teilnahme an der VR-Tour „Havenspuren“, die mittels Virtual Reality historische Orte und Epochen der Hafen- und Stadtgeschichte erlebbar macht, anschließend Besuch des Deutschen Marinemuseums mit Einblicken in die Entwicklung der deutschen Marine und ihrer Schiffe.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr
- **Tour 8: Natur- und Gartentour zum Zwischenahner Meer (Wilde Küste & Wattenmeer)**
Spaziergang durch den Rhododendronpark im Park der Gärten in Bad Zwischenahn, danach Besuch einer traditionellen Aalräucherei mit Verkostung.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr.

Presse-Touren für internationale Medienvertreter

Bremerhaven entwickelt vier thematische Preetouren, die sich auf Storytelling, Hintergrundrecherche und persönliche Begegnungen konzentrieren. Diese Touren sind mehrsprachig, zielmarktorientiert und speziell auf medienwirksame Motive hin kuratiert. Sie bieten vertiefte Einblicke, überraschende Perspektiven und persönliche Kontakte zu Schlüsselpersonen, um Authentizität und Erlebnisdichte zu gewährleisten. Beispiele für mögliche Themen sind Klimaforschung zum Anfassen, Pioniergeschichten aus der Auswanderung oder maritime Lebenswelten heute.

- **Tour 1: Geführte Bremerhaven-Exkursion mit Institutsbesuch („Klimastadt am Meer“)**
Besuch des Alfred-Wegener-Instituts für Polar- und Meeresforschung mit Einblicken in aktuelle Klimaforschung, Gesprächen mit Überwinternden und Laborbesuch. Anschließend Besuch des Klimahaus Bremerhaven.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr
- **Tour 2: Erlebnistour nach Bremen und zurück („Bremen in aller Munde“)**
Kulinarisch-kulturelle Erlebnistour durch Bremen: Besuch der Beck's Brauerei oder des Ratskellers mit Verkostung, optional kombiniert mit einer Werksführung bei Mercedes-Benz oder Einblicken in die Raumfahrt bei Airbus.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr



- **Tour 3 (TANO): Exkursion nach Cuxhaven („Thalassotherapie - die heilsame Kraft der Nordsee“)**
Bei einer Einführung in die Thalassotherapie wird erlebbar, wie Meerwasser, Luft und Algen Körper und Geist regenerieren. Eine geführte Wattwanderung (je nach Wetter) macht das UNESCO- Weltnaturerbe hautnah erfahrbar.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr

- **Tour 4 (TANO): Exkursion ins Ammerland und nach Rastede („Natur und Kultur“)**
In Rastede tauchen die Teilnehmer in die fast tausendjährige Geschichte der Oldenburger Grafen ein und erleben ein Zusammenspiel aus Kultur, herrschaftlicher Architektur und blühender Parklandschaft. Je nach Wetter: Picknick im Park, kleine Radtour.
Dauer: ca. 9:00–17:00 Uhr



6. Kommunales Netzwerk & institutionelle Unterstützung

6.1 Bremerhaven – Stadt der kurzen Wege und starken Netzwerke

Ein entscheidender Erfolgsfaktor für den GTM 2027 in Bremerhaven ist die breite ideelle und finanzielle Unterstützung durch ein kommunales (touristisches) Netzwerk in Verwaltung und Politik. Die Bewerbung ist in ein tragfähiges Bündnis eingebettet, das die Zuverlässigkeit und Umsetzungskraft der Stadt Bremerhaven überzeugend dokumentiert.

Die Kandidatur wird gemeinsam von der Stadt Bremerhaven, vertreten durch das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft sowie der Erlebnis Bremerhaven GmbH getragen. Der erste entscheidende Impuls für die Bewerbung erfolgte durch das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft. Vom politisch besetzten Aufsichtsrat der Erlebnis Bremerhaven GmbH wurde die Bewerbung zustimmend zur Kenntnis genommen. Die Bewerbung wird insoweit von einer breiten administrativen und politischen Zustimmung getragen.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist in ein starkes kommunales und regionales Netzwerk eingebunden, das ihr bei der Umsetzung des GTM in 2027 unterstützen wird. Die vertrauensvolle und gute Zusammenarbeit wird bereits im Rahmen der Bewerbung sichtbar. Im weiteren Planungsprozessverlauf werden gezielt Gespräche mit relevanten Institutionen und Partnern gesucht, u. a. mit:

- dem Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft
- den städtischen Beteiligungsgesellschaften wie Stadthalle und Eisarena Bremerhaven, Bremerhaven Bus
- den touristischen Leistungspartnern wie Bremerhaven Cruise Port etc.

6.2 Unterstützung durch Institutionen und Regionen

Auch über die Stadt Bremerhaven hinaus erfährt die Bewerbung Rückhalt durch regionale Netzwerke und Institutionen – ein wesentliches Signal für die Bedeutung und Tragweite des Projekts.

- Die Regionen der Niedersächsischen Nordseeküste (TANO) haben ihre Beteiligung zugesagt; einzelne Destinationen / Regionen bringen sich mit Programminhalten, Touren oder Sachleistungen aktiv ein.
- Die Marketinggesellschaft der Stadt Bremen, die WFB Bremen, hat ihre Unterstützung zugesagt.
- Darüber hinaus bestehen Kontakte zur Metropolregion Bremen-Oldenburg, um eine mögliche Erweiterung der regionalen Programmpartnerschaften zu prüfen.



7. Kosten- und Finanzierungsstruktur

7.1 Veranschlagte Kosten (vorläufig)

Der veranschlagte Finanzbedarf für den GTM 2027 in Bremerhaven in Höhe von **rund 300.000 €** orientiert sich an den Erfahrungswerten vergangener GTM-Veranstaltungen.

Die voraussichtlichen Gesamtkosten beinhalten folgende Hauptkostenblöcke:

- **Veranstaltungslogistik:** Mieten für Locations, Technik und Sicherheitsdienstleistungen.
- **Transfers & Mobilitätskonzept:** Alle Kosten für den Transport der Teilnehmer.
- **Programmkosten:** Für die Durchführung der Trade- und Presseformate.
- **Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit:** Maßnahmen zur Bewerbung und Begleitung des Events.
- **Hospitality-Leistungen:** Dazu zählen die Abendveranstaltung inkl. Catering (Sonntag) und die Bereitstellung von Lounge-Flächen.
- **Personal- & Hostessenkoordination:** Kosten für das Eventpersonal vor Ort.
- **Technik- & Bühneninfrastruktur:** Inklusive Auf- und Abbau.

Zusätzlich berücksichtigt die Finanzplanung eine anteilige Reisekostenbeteiligung der internationalen Teilnehmer. Basierend auf bisherigen Erfahrungen wird diese auf geschätzte 50.000 bis 100.000 € taxiert.

7.2 Finanzierung

Die Finanzierung des GTM 2027 stützt sich auf eine breite Basis verschiedener Träger, Fördermöglichkeiten und Kooperationsmodelle, um den Finanzbedarf zu decken und Planungssicherheit zu gewährleisten.

- **Städtischer Eigenanteil:** Dies umfasst insbesondere CITY TAX-Mittel.
- **Förderung:** Soll über den sog. Veranstaltungsfonds generiert werden.
- **Drittmittel:** Kommen über Sponsoren und Unterstützer aus der Wirtschaft und Tourismusbranche sowie von der Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO).
- **Sachleistungen und Kooperationen:** Dazu zählen vergünstigte Location-Mieten und technische Dienstleistungen, die durch Partnerschaften ermöglicht werden.

Die erste Finanzierungsübersicht wird im Laufe der Projektentwicklung weiter konkretisiert. Die Budgetierung wird iterativ gemeinsam mit der DZT und potenziellen Partnern weiterentwickelt. Dies gewährleistet ein tragfähiges und verantwortungsbewusstes Finanzierungskonzept, gestützt durch eine klare Aufgaben- und Verantwortungsverteilung sowie realistische Kostenannahmen. Sponsoring- und Fördergespräche wurden bereits aufgenommen.

7.3 Sponsoring- und Partnerbeteiligung

Bereits während des Bewerbungsprozesses hat Bremerhaven Kooperationsgespräche mit lokalen Betrieben, Hotelpartnern, Mobilitätsanbietern und kulturellen Einrichtungen geführt. Dabei zeigte sich eine hohe Bereitschaft zur aktiven Mitwirkung, beispielsweise durch Sachleistungen, Hospitality-Beiträge oder mediale Unterstützung. Nach dem Zuschlag wird eine zentrale Koordinierungsstelle alle Partnerbeteiligungen steuern und vertraglich sichern.



8. Rollen, Struktur & Zuständigkeiten

Bremerhavens Bewerbung für den GTM 2027 fußt auf einem starken lokalen und regionalen Netzwerk aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Diese breite Verankerung bildet die Grundlage für eine professionelle Durchführung und eine hohe Identifikation aller Beteiligten mit dem Projekt. Der erfolgreiche GTM 2027 in Bremerhaven erfordert zudem eine klare Aufgabenverteilung, verlässliche Strukturen und eine abgestimmte Zusammenarbeit zwischen der Gastgeberstadt, der DZT und dem beauftragten PCO. Alle organisatorischen Schnittstellen wurden bereits im Vorfeld definiert und in belastbaren Netzwerken abgesichert.

8.1 Verantwortlichkeiten & Koordination

Die Bewerbung wird getragen von der Erlebnis Bremerhaven GmbH als veranstaltungsverantwortlicher Organisationseinheit in enger Zusammenarbeit mit dem Magistrat der Stadt Bremerhaven, vertreten durch das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft sowie der Tourismus-Agentur Nordsee (TANO). Ergänzend sind Hotellerie, Kultureinrichtungen, ÖPNV-Anbieter und Eventdienstleister frühzeitig eingebunden. Die Koordination erfolgt über eine projektbezogene Steuerungsgruppe unter Federführung der Erlebnis Bremerhaven GmbH.

Träger und Koordination

Die strategische und operative Verantwortung für die Bewerbung liegt bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH – eingebettet in ein Netzwerk engagierter Partner, die ihre Kompetenzen gezielt einbringen.

- **Erlebnis Bremerhaven GmbH:** Gesamtkoordination, Steuerung, Kommunikation und Veranstaltungsorganisation
- **Tourismus-Agentur Nordsee (TANO):** inhaltliche Mitgestaltung und Anbindung der Partnerregionen
- **Stadt Bremerhaven:** über das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft inhaltlich und politisch eingebunden
- **Hotellerie und touristische Leistungsträger:** Bereitstellung von Leistungen, Räumen und Kontingenten
- **Kulturelle Einrichtungen und Wissenschaftspartner:** inhaltliche Beiträge zu Touren und Rahmenprogrammen



8.2 Aufgabenverteilung mit DZT / PCO

Die Aufgaben und Verantwortlichkeiten für den GTM 2027 sind klar zwischen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), dem Professional Congress Organizer (PCO) und der Gastgeberstadt Bremerhaven abgegrenzt. Während die DZT die operative Gesamtverantwortung für zentrale organisatorische Prozesse trägt, sichert Bremerhaven alle lokal benötigten Ressourcen und Leistungen für ein reibungsloses Eventerlebnis. Die inhaltliche Abstimmung erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt.

Aufgabenbereich	DZT: Deutsche Zentrale für Tourismus	EBG: Erlebnis Bremerhaven GmbH
Gesamtkoordination & Durchführung	Leitung & Gesamtverantwortung für das GTM-Format	Lokale Gastgeberfunktion & operative Umsetzung vor Ort
Teilnehmermanagement & Akkreditierung	Vorgabe des Systems & zentrale Akkreditierung	Check-in, Welcome-Desks, barrierefreie Abläufe
Workshop-Logistik (Speed-Dating)	Gesamtorganisation des Workshop-Formats inkl. Software	Logistik vor Ort, Möblierung, Ablaufkoordination
Pressebetreuung & Medienarbeit	Strategische Leitung, internationale Kontakte, Presseverteiler, Pressebetreuung vor Ort	Pressebetreuung vor Ort, Räume, Hostessen, Material
Programmentwicklung (Trade/Presse-Touren)	Rahmenkonzept, Koordination internationaler Partner	Organisation und Durchführung der BHV-Touren
Transfers & Shuttlelogistik	Grundsätzliche Vorgaben, Abstimmung mit PCO	Shuttlekoordination, Bremerhaven Bus, Lagepläne
Hotelkoordination & Kontingente	Rahmenvorgaben, Steuerung über PCO	Unterstützung bei Hotelauswahl, Kontingente, Lageübersicht
Sicherheits- & Notfallmanagement	Empfehlungen, Standardanforderungen	Umsetzung mit Feuerwehr, Sanitätsdienst, Hostessteam
Veranstaltungstechnik (Planung & Umsetzung)	Vorgaben an Ausstattung, Bedarfsmeldungen	Abstimmung mit Dienstleistern, technische Infrastruktur
Kommunikation mit Leistungspartnern	Strategische Anbindung & Qualitätssicherung	Direkte Betreuung lokaler Partner & Anbieter
Cateringkoordination	Abstimmung mit PCO und Caterer	Lokale Caterer, Anlieferzeiten, Ablaufplanung
Dokumentation & Evaluation	übergreifende Evaluationsstruktur, Show Reel, Foto Team	Lokale Rückspiegelung, Fotodokumentation, Feedback



Perspektive & Wirkung über 2027 hinaus

Bremerhaven betrachtet den Germany Travel Mart™ nicht als einmaliges Event, sondern als **strategischen Impuls für eine nachhaltige und langfristige Entwicklung**. Die Bewerbung ist tief in die umfassenden Stadtentwicklungsprozesse, die Stärkung des internationalen MICE-Segments und die Förderung nachhaltiger Tourismusstrategien integriert. Der GTM 2027 ist für Bremerhaven ein **Katalysator**, um die nationale und internationale Sichtbarkeit in Tourismus, Wissenschaft und Nachhaltigkeit gezielt auszubauen – als Plattform, Schaufenster und Entwicklungsmotor für die gesamte Nordseeküstenregion. Das 200jährige Stadtjubiläumsjahr 2027 dient dabei nicht nur als festlicher Rahmen, sondern auch als strategischer Impulsgeber für ein modernes Stadtmarketing und die internationale Positionierung Bremerhavens als Tourismus-, Wissenschafts- und Kulturstandort.

- **Erhöhte Sichtbarkeit und Etablierung:** Der GTM rückt Bremerhaven international in den Fokus. Dies trägt maßgeblich dazu bei, die Stadt langfristig als attraktive Destination für Geschäftsreisen, Wissenschaftstourismus und Events zu etablieren. Die Reichweite und das Fachpublikum des Events wirken dabei als wichtige Multiplikatoren für das moderne Profil Bremerhavens.
- **Integration und Kompetenztransfer:** Die Ausrichtung des GTM ist eng mit bestehenden stadtstrategischen Initiativen in den Bereichen Tourismusmarketing und Wissenschaftskommunikation verbunden. Im Zusammenspiel mit der Hochschule Bremerhaven soll die Errichtung eines Kompetenzzentrums Tourismus geprüft werden, welches im Rahmen des touristischen Geschäftsfeldes „Wissens- und Erlebniswelten“ ein Schaufenster der Wissenschaft in der Innenstadt beinhaltet. Dies unterstreicht Bremerhavens Selbstverständnis als weltoffene Hafenstadt, Wissenschaftsstandort und Incoming-Destination mit ganzjährigem Angebot.
- **Modellcharakter und Folgeformate:** Bremerhaven versteht sich als **Modellstandort** für nachhaltige, kompakte und inhaltlich profilierte Tourismusangebote und -leistungen. Der GTM 2027 wird detailliert evaluiert und dokumentiert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse dienen als Blaupause für zukünftige Projekte, wie neue Kongressformate, Wissenschaftsfestivals oder innovative touristische Labore, und leisten so einen über den GTM hinausgehenden Beitrag zur Weiterentwicklung des touristischen Standortmarketings in Deutschland.
- **Langfristige Verankerung:** Die Erfahrungen aus dem GTM 2027 werden systematisch genutzt, um organisatorische, inhaltliche und kommunikative Strukturen nachhaltig weiterzuentwickeln und an neue Markttrends anzupassen. Dazu gehört die Stärkung der Nachhaltigkeitsdimension in allen Planungsphasen, die Einbindung externer Expertise und die Zusammenarbeit mit der Hochschule Bremerhaven zur Evaluation und Nachwuchsförderung, unterstützt durch den Aufbau eines digitalen Projektarchivs für langfristigen Wissenstransfer.



Anhang

Der Anhang enthält ergänzende Dokumente, Pläne und Visualisierungen zur Vertiefung zentraler Aussagen der Bewerbung. Er dient der Veranschaulichung der organisatorischen, räumlichen und finanziellen Umsetzungsfähigkeit Bremerhavens als GTM-Gastgeberstadt.

A1. Zeit- & Maßnahmenplan

Chronologisch gegliederte Übersicht aller Planungs-, Kommunikations- und Umsetzungsschritte ab Bewerbungseinreichung bis Nachbereitung (inkl. Meilensteine, Zuständigkeiten, Zeiträume).

Phase	Zeitraum	Aufgabe / Meilenstein	Federführend
Vorbereitung & Vertrag	Juli – Nov. 2025	Erstellung & Einreichung Grobkonzept / Bewerbung bei DZT	EBG / Stadt / TANO
Planung & Abstimmung	Okt. 2025	Site Inspection	DZT / EBG
Vorbereitung & Vertrag	Jan. 2026	Vertragsunterzeichnung DZT + Stadt Bremerhaven	DZT / Stadt
Planung & Abstimmung	Sept. 2026	Start PCO-Begleitung	DZT / PCO / EBG
Planung & Abstimmung	Q2 2026	Feinabstimmung Touren, Locations, Hotelkontingente	EBG / Partner / DZT
Feinplanung & Vorbereitung	Q3 - Q4 2026	Technikplanung, Sicherheitskonzepte, Pressevorbereitung	EBG / PCO / Stadt / DZT
Feinplanung & Vorbereitung	Q1 2027	Verbindliche Teilnehmerkommunikation, Transfers, Akkreditierung	EBG / DZT / Hotels / Technikpartner
Veranstaltungsdurchführung	Mai 2027 (5 Tage)	Aufbau, Welcome, Speed-Dating, Abendformate	EBG / DZT / PCO / Dienstleister
Veranstaltungsdurchführung	Mai 2027 (parallel)	Presse Touren, Side Events, Transferlogistik, Hospitality	EBG / PCO / Hostessen / Presse
Nachbereitung & Evaluation	Juni - Juli 2027	Abbau, Abschlusskommunikation, Medienresonanz	EBG / DZT / PCO
Nachbereitung & Evaluation	ab Aug. 2027	Auswertung, Abschlussbericht, Wissenstransfer	EBG / DZT / Hochschule / Stadt



A2. Technischer Ablaufplan

Die nachfolgende Übersicht beschreibt die technische Ablaufplanung für den GTM 2027 in der Eisarena Bremerhaven. Sie umfasst die wesentlichen Anforderungen an Stromversorgung, Bühnentechnik sowie Infrastruktur und zeigt die zeitliche Abfolge der technischen Umsetzung inklusive Aufbau, Betrieb und Rückbau.

Tag / Phase	Technischer Aspekt	Details / Anforderungen	Verantwortung / Beteiligte
Tag 1 (Sa.)	Stromversorgung	230 V-Zugänge entlang der Hallenränder & mobilen Verteilungen, ggf. Bodentanks prüfen	Technikdienstleister, Hausmeister Eisarena
	Grundaufbau Speed-Dating	Tische mit Stromleisten (mind. 1 Steckdose pro Anbieter), strukturierte Anordnung	Aufbauteam, Veranstaltungstechnik
	Verkabelung Tischbereiche	Verlegung von Kabelmatten, Stolperfallen vermeiden, ggf. Bodenabdeckungen	Technikdienstleister, Kabelmanagement
Tag 2 (So.)	Licht- und Ton-technik (Bühne)	Einbau mobiler Licht-/Tonträger, ggf. Traversensystem	
	Bühne & Präsentation	Kleinstbühne mit Rednerpult und Mikrofon	
	WLAN & Regieeinheit	Einrichtung mobiler WLAN-Router & Regieplatz (ggf. Container oder Tribünenbereich)	IT-Dienstleister, EBG, Technik
Tag 3 (Mo.)	Akkreditierung & Check-in	Technikbesetzung für Live-Problemlösung	
	Workshopbetrieb	Sicherstellung durchgehender Strom- & Netzverbindung, Tonüberwachung	EBG, PCO, Technikaufsicht
	Rückbau Bühne & Technik	Demontage technischer Anlagen	
Tag 4 (Di.)	Backup / Side Event / Rückbau	Rückbau startet sequentiell: beginnend mit Side Events und Tischen	Technikdienstleister, Veranstaltungsleitung
Tag 5 (Mi.)	Komplettabtransport	Ladung & Verladung der Miettechnik, Endkontrolle der Fläche durch Technikpartner	Technikdienstleister, Logistikpartner



A3. Hotelmatrix

Tabellarische Auflistung aller vorgesehenen Hotels: Kategorien, Kapazitäten, Lage und Zielgruppeneignung.

Hotel	Kategorie	Kapazität	Zielgruppe	Lage / Anmerkungen
Liberty Hotel	4 Sterne Superior	93	GNTB Experts, VIPs, internationale Teilnehmer	in den Havenwelten, am Neuen Hafen
Best Western Plus Hotel	4 Sterne	96	Internationale Teilnehmer	im Schaufenster Fischereihafen
Nordsee Hotel Fischereihafen	4 Sterne	116	Internationale Teilnehmer	im Schaufenster Fischereihafen
Atlantic Hotel Sail City	4 Sterne	120	Internationale Teilnehmer, Presse	in den Havenwelten, am Klimahaus
Hotel Haverkamp	4 Sterne	99	Internationale Teilnehmer, Presse	Zentral, in der Innenstadt (Fußgängerzone)
Hotel Amaris	3–Sterne Superior	48	Jüngere oder neue Anbieter, Budgetorientierte Trade-Gäste	ca. 10 Minuten vom Zentrum, gute ÖPNV-Anbindung
Hotel Adena	3 Sterne	46	Kleinere deutsche Aussteller, Selbstzahler	Ruhig, gute ÖPNV-Anbindung
Nordsee Hotel City	3 Sterne	102	Jüngere oder neue Anbieter, Budgetorientierte Trade-	Zentral, in der Innenstadt (Fußgängerzone)
Im-jaich Hotel	3 Sterne	48	Deutsche Aussteller, DZT Team	in den Havenwelten, am Neuen Hafen
Im-jaich boarding house	3 Sterne	36	Teilnehmer, die ein Apartment bevorzugen	in den Havenwelten, am Neuen Hafen
Nautic Hotel	3 Sterne	86	Günstige Übernachtungsmöglichkeit	gegenüber der Eisarena
City Hotel	3 Sterne	42	Günstige Übernachtungsmöglichkeit	Gute ÖPNV-Anbindung, nahe Hauptbahnhof und Innenstadt
B & B Hotel		88	Günstige Übernachtungsmöglichkeit	Nahe Havenwelten
Premier Inn		115	Günstige Übernachtungsmöglichkeit	Nahe Havenwelten, Eröffnung Sommer 2026
GESAMT		1135		



A4. Medienbetreuung

Die folgende Übersicht zeigt die Struktur der Medienbetreuung während des GTM 2027 mit einer Aufteilung der operativen Zuständigkeiten zwischen der DZT und der Erlebnis Bremerhaven GmbH. Diese Abläufe werden im weiteren Vorlauf konkretisiert und abgestimmt.

Kategorie	Inhalt / Beschreibung	Ort / Einrichtung	Ausführend	Zuständigkeit (koordiniert durch)
Zentrale Ansprechpartnerin	Zentrale Medienkoordination	Erlebnis Bremerhaven GmbH	EBG, DZT	Erlebnis Bremerhaven GmbH / in Abstimmung mit DZT
Info-material	Mehrsprachige Factsheets, Bildmaterial, redaktionelle Inhalte	Zentral digital / Print / Welcome-Desk	EBG	Erlebnis Bremerhaven GmbH / DZT
Digitale Pressemappe	QR-Code-basierter Zugang zu Infos, Bilddatenbank und Kontakten	Digital (App, QR-Code)	EBG, DZT	DZT / Erlebnis Bremerhaven GmbH
Akkreditierung	Vorab-Akkreditierung sowie Check-in am Welcome-Desk (Eisarena, ggf. Hotel)	Welcome-Desk (Eisarena / Hotels)	EBG, Welcome-Teams	DZT / Erlebnis Bremerhaven GmbH / Welcome-Teams
Interviewzonen	Rückzugsräume für Interviews im Conference Center und Deutschen Auswanderhaus	DAH & Conference Center	EBG, Partnerstandorte	Klimahaus & Conference Center Sail City / Erlebnis Bremerhaven GmbH (Koordination)
Begleitpersonal	Erfahrene Hostessen und Medienguides begleiten die Presseformate	Presseformate / Touren / Side Events	EBG, Hostessen, Presseteam	Erlebnis Bremerhaven GmbH (Operativ) / DZT (Pressekoordination)
Technische Infrastruktur	WLAN, Stromversorgung, mobile Screens, ggf. Simultanübersetzung	Conference Center, Klimahaus, Eisarena	Technikdienstleister, Conference Center	EBG / Conference Center Sail City / Technikdienstleister
Inhaltliche Themenpools	Thematische Leitfäden zur aktiven Unterstützung redaktioneller Berichterstattung	Digital / Redaktionsteam / Presseteam	EBG, DZT	Erlebnis Bremerhaven GmbH / DZT (Inhalte & PR)



A5. Clusterkarte (Internationale Erreichbarkeit)

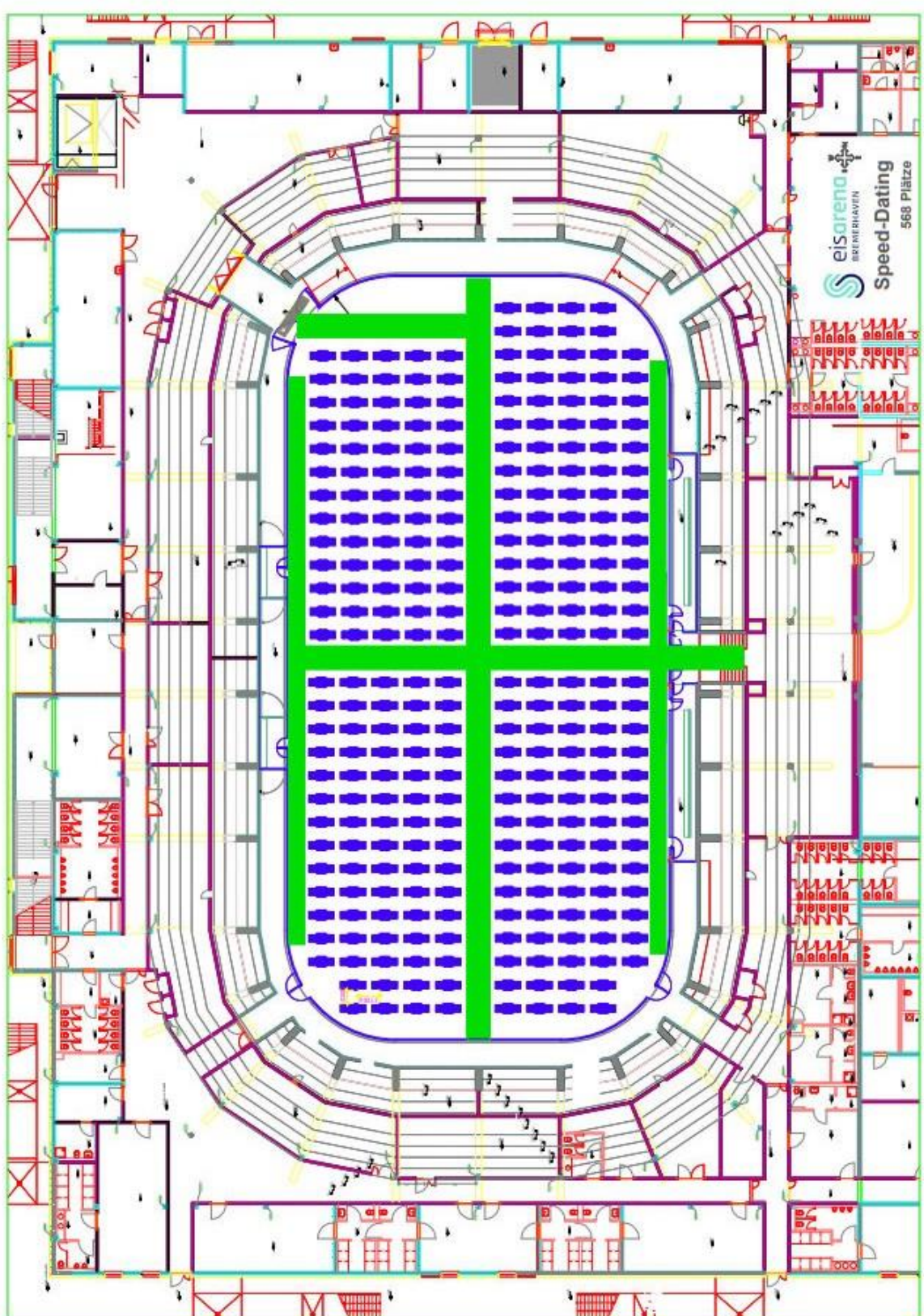
Grafische Darstellung der Anreiseachsen (Bremen, Hamburg) mit Zeitfenstern, Flughafengruppen und zugehörigen Shuttlekonzepten.





A6. Raumskizze Eisarena

Grundriss mit Funktionszonen (Check-in, Speed-Dating-Fläche, Technik, Dolmetscherbox, Lounge etc.) zur Darstellung der Veranstaltungslogik vor Ort. Es werden vsl. 200 Set-ups (Tisch/Stuhl) sowie Sonderflächen für Gastgeber und DZT benötigt. Der untenstehende Plan zeigt die maximale Auslastung mit 284 Set-ups.





A7. Ansichten Eisarena



Eisarena Bremerhaven: Veranstaltungsort für GTM 2027



Ebenerdiger Zugang



Foyer für Welcome-Zone



Aufenthaltsbereich Foyer OG



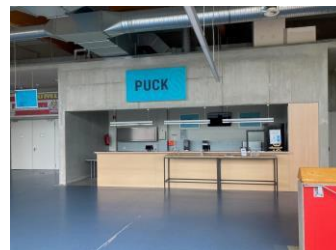
Cateringbereich im Foyer



Workshop-Setting (Speed-Networking) in der Arena



Ausgabe für Welcome-Bags



Cateringbereich im Foyer



Catering im Arena-Umlauf



Location für Besprechungen



Pistenbar als Lounge



Buffet für Teilnehmer



A8. Notfall- & Evakuierungskonzept für die Eisarena

Die nachfolgende Übersicht fasst die zentralen Sicherheitsaspekte der Eisarena Bremerhaven im Hinblick auf das Notfall- und Evakuierungskonzept für den GTM 2027 zusammen. Sie basiert auf den vorhandenen Plänen und Gegebenheiten der Veranstaltungsstätte und dient zur Verdeutlichung der grundsätzlichen Eignung der Location im Sinne der Anforderungen der DZT.

Aspekt	Beschreibung
Veranstaltungsort	Eisarena Bremerhaven, Erdgeschoss
Nutzung beim GTM	Hauptlocation für Workshop (Speed-Dating), Akkreditierung, Empfang
Fluchtwege & Notausgänge	Über 20 Notausgänge, sternförmig angeordnet, umlaufend
Barrierefreiheit	Alle Fluchtwege barrierefrei zugänglich
Räumungskonzept	Zonierte Evakuierung im Uhrzeigersinn, abgestimmt mit Technik- und Bühnenplanung
Evakuierungsachsen	Hauptachsen Nord (Welcome-Zone) & Südwest (Versorgungsausgang)
Notfallkommunikation	Sirene, Lichtsignale, Lautsprecher-Durchsagen (mehrsprachig möglich)
Feuerlöscher / BMA	Feuerlöscher + Wandhydranten, Brandmeldeanlage mit mechanischer Entrauchung
Erste Hilfe / Defibrillatoren	Defibrillatoren & Erste-Hilfe-Raum im Nordbereich vorhanden
Rettungsweg-Beschilderung	Beschilderung gem. DIN EN ISO 7010 / ASR A1.3
Organisation im Ernstfall	Alarmierung durch Veranstaltungsleitung, geschultes Personal vor Ort
Zusammenarbeit mit Behörden	Abstimmung mit Feuerwehr, Polizei, Rettungsdienst, Ordnungsamt
Integration in Veranstaltung	Besucherführung im Setup berücksichtigt Fluchtachsen, Hostessenschulung
Lagepläne & Sichtbarkeit	Flucht- & Rettungspläne an allen Ein- & Ausgängen sichtbar



A9. Unterstützungsschreiben TANO



TOURISMUS-AGENTUR NORDSEE GMBH
Börsenstraße 7 | 26382 Wilhelmshaven

Erlebnis Bremerhaven
Gesellschaft für Touristik, Marketing u.
Veranstaltungen mbH
H.-H.-Meier-Straße 6
27568 Bremerhaven

Mario Schiefelbein
Geschäftsführer

Telefon 04421 359 68 10
E-Mail mario.schiefelbein@tano.travel
Web www.tano.travel

Wilhelmshaven, 02.07.2025

Empfehlungsschreiben

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Tourismus-Agentur Nordsee GmbH (TANO) unterstützt die Bewerbung der Stadt Bremerhaven zur Ausrichtung des Germany Travel Mart™ 2027 mit Nachdruck und Überzeugung.

Als offizielle Destinationsmanagement-Organisation der niedersächsischen Nordseeküste vertritt die TANO eine der touristisch stärksten Regionen Deutschlands im Incoming-Tourismus. Die Internationalisierung des Nordseetourismus, die Profilierung gemeinsamer Angebote sowie die Anbindung an internationale Vermarktungsformate zählen zu unseren strategischen Kernzielen.

Bremerhaven ist für uns ein verlässlicher und erfahrener Kooperationspartner innerhalb der Nordsee-Allianz. Die Ausrichtung des GTM 2027 in Bremerhaven bietet die einmalige Chance, die Stärke der gesamten Nordseeküste als international konkurrenzfähige Destination sichtbar zu machen – eingebettet in eine moderne, maritime Gastgeberstadt mit internationaler Anbindung, herausragender touristischer Infrastruktur und hoher Veranstaltungsqualität.

Die TANO bringt sich im Rahmen der Bewerbung und – im Erfolgsfall – der Durchführung des GTM mit folgenden Leistungen aktiv ein:

- Inhaltliche Mitgestaltung der Trade- und Preetouren mit Bezug zur Nordseeküste
- Integration von Partnern aus TANO-Regionen
- Redaktionelle und organisatorische Unterstützung bei der Programmgestaltung und Vermittlung von Kontakten
- Flankierende kommunikative Begleitung über internationale und nationale Kanäle der TANO

Diese aktive Beteiligung ist Teil unseres gemeinsamen Verständnisses einer tragfähigen touristischen Entwicklung in Nordwestdeutschland. Die Zusammenarbeit mit der Erlebnis Bremerhaven GmbH ist durch ein hohes Maß an Verlässlichkeit, Offenheit und Professionalität geprägt – wesentliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung des GTM 2027.

TOURISMUS-AGENTUR NORDSEE GMBH

Geschäftsführer: Mario Schiefelbein M.A. | Aufsichtsratsvorsitzender: Holger Heymann
Bankverbindung: Sparkasse Wilhelmshaven | IBAN: DE94 2825 0110 0035 2545 64 | BIC: BRLADE21WHV
Steuer-Nr. 70 / 200 / 58273 | UST-ID-Nr. DE 351 431 342
Sitz der Gesellschaft: Wilhelmshaven | Handelsregister: HRB 217 882



Wir danken der DZT für die Möglichkeit, als Teil dieser Bewerbung Stellung zu beziehen, und freuen uns, die Planungen in enger Abstimmung mit allen Partnern auch in den kommenden Monaten aktiv zu begleiten.

Mit freundlichen Grüßen


Mario Schiefelbein
Geschäftsführer

TOURISMUS-AGENTUR NORDSEE GMBH

Geschäftsführer: Mario Schiefelbein M.A. | Aufsichtsratsvorsitzender: Holger Heymann
Bankverbindung: Sparkasse Wilhelmshaven | IBAN: DE94 2825 0110 0035 2545 64 | BIC: BRLADE21WHV
Steuer-Nr. 70 / 200 / 58273 | UST-ID-Nr. DE 351 431 342
Sitz der Gesellschaft: Wilhelmshaven | Handelsregister: HRB 217 882